

## **El Liderazgo de Opinión**

El liderazgo de opinión es un proceso de comunicación informal/oral donde una persona (llamémosle líder de opinión) influye en cierto grado en la conducta de compra de otra persona (llamémosle buscador o receptor).

El liderazgo de opinión es un proceso de interacción dinámico y omnipresente , tan común en los grupos sociales que resulta difícil para el consumidor determinar hasta que punto su actitud de consumo es impulsada por referencias informales.

Las personas que sirven como líderes de opinión se consideran objetivas en sus recomendaciones, porque no tienen intereses comerciales, su consejo se basa en la experiencia directa con un producto, este es el valor principal para el receptor, al reducir los riesgos de tener que consumir un producto por primera vez, porque la experiencia del individuo líder sirve para tener un referente.

Todos los mercadólogos se enfocan en destacar las bondades de un producto, al no percibir ningún beneficio comercial, el líder de opinión se convierte en un juez imparcial que comunica todo lo positivo y lo negativo de los atributos de un producto, situación que otorga mayor credibilidad a sus comentarios. No solo entregan información imparcial, además pueden dar consejo a otras personas para que consuman o no un producto.

El líder ya tiene la información y en el proceso reafirmar su preferencia por el producto, o bien optar por otra opción más conveniente. A nivel de mercadeo, los líderes de opinión son importantísimos, constituyen un segmento de personas que tienen poder de influencia sobre otros consumidores. En el caso de los líderes de opinión el factor común es que son especialistas en una categoría específica, no dominan todos los temas, la condicional esta sujeta a las características del producto y el contexto en que este participa.